Glatt

Geschäftsbericht 2023

Das Glatt bleibt auf Erfolgskurs

Das Glatt soll ein Ort sein, an dem sich die Menschen wohlfühlen und alle ein passendes Angebot finden. Im letzten Jahr konnten wir diesen Anspruch einlösen: Das Einkaufszentrum verzeichnete 2023 erfreulich hohe Frequenzen, die sich wieder auf Vor-Corona-Niveau eingependelt haben. Ebenfalls sehr zufrieden sind unsere Mieter mit der Umsatzentwicklung, insbesondere mit dem Weihnachtsgeschäft.

Nach wie vor hoch ist auch die Nachfrage nach Flächen im Glatt. Ein besonderes Highlight war im Frühling die Neueröffnung des ersten Nike-Stores der Schweiz. Und seit dem Einzug des Discounters Aldi verfügen wir über die grösste Food-Kompetenz in einem Shopping-Center: Bei uns finden Kundinnen und Kunden von der Globus Delicatessa über Migros und Denner bis hin zu Aldi alles, was der Gaumen begehrt.

Die Vielfalt an innovativen Marken in unterschiedlichsten Preisklassen hilft uns, für die Kundschaft attraktiv zu bleiben. Im Glatt setzen wir deshalb weiterhin auf einen spannenden Mietermix und haben das Ziel, immer wieder neue Brands in die Schweiz zu holen.

Erfolgreiche Marketingaktivitäten das ganze Jahr über unterstreichen unsere Event-Kompetenz. Das Bücherfestival, bei dem man dieses Jahr Kinderheldin Peppa Wutz treffen konnte oder auch die Spielwiese mit überdimensionalen Games erfreuten sich grosser Beliebtheit.

2023 legten wir den Fokus zudem auf nachhaltige Innovationen. In Kooperation mit Emil Frey Zürich Nord konnten Kundinnen und Kunden 60 der neuesten Elektroautos von Volvo und Peugeot während eines Jahres zu einem unschlagbaren All-Inclusive-Preis als E-Botschafter fahren. Eine weitere spannende Kooperation zwischen der École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL), der Swiss National Science Foundation (SNSF) und dem Glatt konnten Besuchende im Sommer im Herzen der Mall entdecken: Goldrush. Die interaktive Ausstellung zeigte, wie oft der wertvolle Rohstoff Gold in alltäglichen Produkten enthalten ist und wie man diesen extrahieren sowie recyceln kann.

Grossen Anklang fand erneut die spektakuläre Origami-Installation des Künstlers Charles Kaisin in der Vorweihnachtszeit. Die Installationen haben am Ende des Jahres unsere beliebten Highlights wie das Weihnachtskarussell und die Geschenkwerkstatt, in der alles, was im Glatt gekauft wurde, gratis eingepackt und verschönert werden konnte, ideal ergänzt.

Dass wir als eines der ersten Shopping-Center aktiv auf Social Media-Plattformen wie TikTok gesetzt haben, zahlt sich ebenfalls aus. Verschiedene Kooperationen mit bekannten Creators der Schweiz sind eine Erfolgsgeschichte und sorgen dafür, dass neben Familien oder Senioren auch junge Kunden den Weg ins Glatt finden. In Kombination mit den Beschäftigten und Besuchern des Glatt-Towers verzeichnet unser Shopping-Center damit einen ganz besonders starken Kundenmix.

Wir sind zuversichtlich, dass wir der Erfolgsgeschichte des Glatt auch im Jahr 2024 ein weiteres Kapitel hinzufügen können.

Anmerkung: Aus ökologischen Gründen erscheint dieser Text nur in elektronischer Form.